

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Metode Penelitian

1.1.1 Metode Penelitian yang digunakan

Menurut Sugiyono (2016:2) definisi metode penelitian adalah:

“Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.”

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode Eksplanatori atau *Explanatory Research* dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Nuryaman dan Christina (2015:6) penelitian eksplanatori adalah:

“Penelitian eksplanatori adalah penelitian yang tujuannya untuk memperoleh jawaban tentang “bagaimana” dan “mengapa” suatu fenomena terjadi. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan atau membuktikan bagaimana hubungan antar variabel penelitian.”

Sedangkan metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2015:11) adalah:

“Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data deskriptif dan verifikatif. Menurut Moh. Nazir (2011:54) metode penelitian deskriptif adalah sebagai berikut:

“Suatu metode dalam penelitian status manusia, suatu objek suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari metode deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambar, atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.”

Sedangkan metode verifikatif menurut Moch. Nazir (2011:91) adalah sebagai berikut:

“Metode verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas antar variabel melalui suatu pengujian hipotesis melalui suatu perhitungan statistik sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima.”

Penerapan metode deskriptif dalam penelitian adalah *Islamic Social Reporting* (ISR), Nilai Perusahaan, dan Profitabilitas. Dalam penelitian ini, tujuan dari metode verifikatif digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen yaitu *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderating pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Indeks (JII) periode 2013-2017.

1.1.2 Objek Penelitian

Lingkup objek penelitian yang ditetapkan penulis sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu Pengaruh Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel

moderating, yang menjadi unit penelitian adalah perusahaan yang terdaftar di *listing* di Jakarta Islamic Indeks (JII) periode 2013-2017.

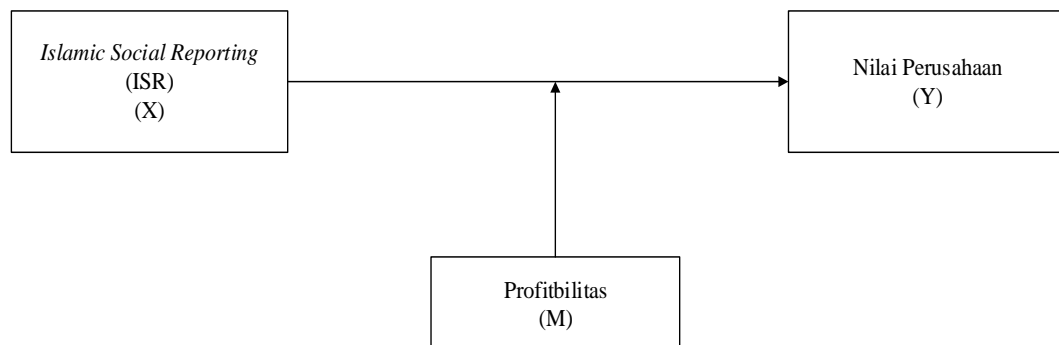
1.1.3 Model Penelitian

Model penelitian merupakan abstraksi dari fenomena yang sedang diteliti, Sugiyono (2016:42) mengemukakan bahwa:

“Paradigma penelitian atau model penelitian adalah pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis, dan jumlah hipotesis dan teknik analisis statistik yang akan digunakan.”

Model penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

Gambar 3. 1 Model Penelitian



1.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

1.2.1 Definisi Variabel dan Pengukurannya

Menurut Sugiyono (2016:38) definisi variabel penelitian adalah:

“Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.”

Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu Pengaruh Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating maka penulis mengelompokkan variabel-variabel dalam judul tersebut dalam 3 variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent variable*)
2. Variabel Terikat (*Dependent variable*)
3. Variabel Moderating (*Moderating variable*)

1.2.1.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2016:39) menyatakan bahwa:

“Variabel bebas (X) variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas, variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel *dependen* (terikat) variabel independen atau bebas.”

Variabel Independent atau bebas dalam penelitian ini adalah *Islamic Social Reporting* (ISR). *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah konsep dari CSR yang berlandaskan Islami yang dikembangkan dari CSR konvensional. Variabel ini diukur melalui mekanisme pemberian skor atas item-item komponen

pengungkapan *Islamic Social Reporting*, menggunakan analisis konten dilakukan terhadap 43 item. Item-item tersebut berdasarkan nilai-nilai Islam yang diadopsi dari penelitian Othman et al. (2009) dengan beberapa penyesuaian. Adapun komponen utama yang diungkapkan dari indeks ISR adalah terdiri dari 6 komponen yaitu:

1. Tema Pembiayaan dan Investasi
2. Tema Produk dan Jasa
3. Tema Karyawan
4. Tema Masyarakat
5. Tema Lingkungan
6. Tema Tata Kelola Perusahaan

3.2.1.2 Variabel Terikat (*Dependen Variable*)

Menurut Sugiyono (2016:39) definisi variabel terikat adalah:

“Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.”

Variabel dependen atau terikat dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Nilai Perusahaan merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan atau nilai pasar. Saham perusahaan yang naik, akan dianggap berhasil dalam menjalankan usahanya dan mampu memberikan kepuasan dan keuntungan kepada para *shareholder*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diwakili oleh rasio Tobin's Q, rasio yang dikembangkan oleh James Tobin (1967) (Weston dan Copeland, 2010). Alasan

menggunakan rasio Tobin's Q karena rasio ini tidak hanya unsur saham biasa saja, namun juga memasukkan semua unsur utang dan modal saham perusahaan, dengan melibatkan unsur utang dan modal saham perusahaan maka nilai perusahaan lebih konservatif daripada tidak melibatkan semua unsur tersebut.

3.2.1.3 Variabel Moderating (*Moderating Variable*)

Variabel moderating menurut (Ghozali, 2016:213) adalah variabel independen yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Profitabilitas.

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba. Laba bersih menjadi ukuran yang paling penting dari profitabilitas. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio *Return on Equity* (ROE) yang diperoleh dengan membagi laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. ROE digunakan untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia.

1.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat.

Tabel 3. 1Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Islamic Social Reporting (ISR) (X)</i>	Didasarkan pada hubungan tanggung jawab kepada Allah SWT, kepada manusia, dan tanggung jawab kepada alam sekitar. Allah SWT yang telah memerintahkan manusia untuk taat kepada-Nya dan sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT adalah memastikan kelestarian hidup manusia dan alam sekitar. Sehingga kewujudan manusia di muka bumi ini mempunyai dua tugas yang sama, yaitu menjadi hamba yang patuh kepada Allah SWT dan Khalifah yang adil. (Yusuf, 2017:52)	$Disclosure Level = \frac{\sum x}{n}$ <p>(Othman, 2009) dalam (Sutapa dan Heri, 2018)</p>	Rasio
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai Perusahaan adalah “ <i>The actual amount per share of common stock that would be received if all the firm’s assets were sold for their market value.</i> ” Apabila diterjemahkan secara bebas, nilai perusahaan adalah nilai aktual per	$Q = \frac{EMV + D}{EBV} \times 100\%$ <p>(Weston dan Copeland, 2010)</p>	Rasio

	<p>lembar saham yang akan diterima apabila aset perusahaan dijual sesuai harga saham (Gitman, 2012:352)</p> <p>Tobin's Q adalah rasio yang memberikan konsep tidak hanya unsur saham biasa saja, namun juga memasukkan semua unsur utang dan modal saham perusahaan (Weston dan Copeland, 2010)</p>		
Profitabilitas (M)	<p>Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi (Kasmir, 2015:114)</p> <p><i>Return on Equity</i> (ROE) atau rentabilitas modal sendiri, merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak</p>	$Return\ on\ equity = \frac{Earning\ After\ Tax\ (EAT)}{Stakeholder's\ Equity}$ <p>(Kasmir 2014:137)</p>	Rasio

	<p>dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Makin tinggi rasio ini, makin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan makin kuat, demikian pula sebaliknya. (Kasmir 2014:137)</p>		
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

1.3 Populasi dan Sampel

1.3.1 Populasi Penelitian

Definisi populasi menurut Sugiyono (2016:80) adalah sebagai berikut:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Indeks (JII) pada periode 2013-2017.

Tabel 3. 2Daftar Populasi

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1.	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.
2.	ADRO	Adaro Energy Tbk.
3.	AKRA	AKR Corporindo Tbk.
4.	ASII	Astra International Tbk.
5.	ASRI	Alam Sutera Realty Tbk.
6.	BMTR	Global Mediacore Tbk.
7.	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk.
8.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.

9.	EXCL	XL Axiata Tbk.
10.	HRUM	Harum Energy Tbk.
11.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
12.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
13.	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.
14.	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.
15.	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.
16.	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
17.	LPKR	Lippo Karawaci Tbk.
18.	LSIP	PP London Sumatera Indonesia Tbk.
19.	MAPI	Mitra Adiperkasa Tbk.
20.	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.
21.	MPPA	Matahari Putra Prima Tbk.
22.	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.
23.	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk.
24.	PWON	Pakuwon Jati Tbk.
25.	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.
26.	SMRA	Summarecon Agung Tbk.
27.	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.
28.	UNTR	United Tractors Tbk.
29.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.
30.	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk.

Sumber: www.idx.com

1.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81) menyatakan bahwa:

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengungkapan sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistic atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus *representative* (mewakili).”

1.3.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2016:81) teknik sampling yaitu:

“Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menemukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.”

Menurut Sugiyono (2016:82) terdapat dua teknik sampling yang dapat digunakan, yaitu:

1. *Probability Sampling*
Probability Sampling adalah teknik pengembalian sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi: *simple rando sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified rando sampling*, dan *sampling area (cluster)*.
2. *Non Probability Sampling*
Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak member peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi: *sampling sistematis*, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, *jenuh*, *showball*.

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan penulis adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016:85) *purposive sampling* adalah:

“*Purpose sampling* adalah teknik pengabilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.”

Kriteria yang ditetapkan penulis untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Indeks (JII) secara berturut-turut dari periode 2013-2017.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tahunan menggunakan mata uang rupiah secara berturut-turut dari periode 2013-2017.
3. Perusahaan yang mengikuti PROPER secara berturut-turut dari periode 2013-2017.

Tabel 3. 3Hasil *Purposive Sampling*

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Indeks (JII) secara berturut-turut dari tahun 2013-2017.	16
Pengurangan Sampel Kriteria 1: Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan tahunan menggunakan mata uang rupiah secara berturut-turut dari periode 2013-2017.	(2)
Pengurangan Sampel Kriteria 3: Perusahaan yang tidak mengikuti PROPER secara berturut-turut dari periode 2013-2017.	(7)
Total Sampel	7
Total Pengamatan (7 x 5 tahun)	35

Sumber : www.idx.com (data diolah)

Setelah ditentukan kriteria pemilihan sampel, maka berikut ini nama-nama perusahaan yang terpilih memenuhi kriteria tersebut untuk dijadikan sampel penelitian:

Tabel 3. 4Sampel Penelitian Perusahaan

No	Kode	Nama Perusahaan	Alamat
1	AKRA	AKR Corporindo Tbk.	AKR Tower JL. Panjang No. 5 Kebon Jeruk Jakarta Barat 11530, Indonesia
2	ASII	Astra International Tbk.	Menara Astra Jl. Jenderal Sudirman Kav 5-6 Jakarta 10250 Indonesia
3	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	Sudirman Plaza, Indofood Tower Lantai 23 Jl. Jend. Sudirman Kav 76-78 Jakarta 12910
4	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	Sudirman Plaza Indofood Tower Lt. 27 Jl. Jenderal Sudirman Kav. 76 - 78 Jakarta 12910
5	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk.	Prudential Tower 15th Floor Jl. Jend. Sudirman Kav. 79 Jakarta 12910
6	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	The East Tower lantai 18 Jl. Dr Ide Agung Gede Agung Kav.E.3.2 No.1 Jakarta-12950
7	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	Grha Unilever - Jl. BSD Boulevard Barat Green Office Park Kavling 3, BSD City, Tangerang – 15345

Sumber: Website Perusahaan dan BEI (data diolah)

1.3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atau variabel yang diwakilinya. Data kuantitatif tersebut diperoleh dengan mengunduh laporan tahunan perusahaan sesuai dengan kriteria penelitian pada

Jakarta Islamic Indeks (JII) melalui website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), publikasi dokumen PROPER yang diterbitkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia dan referensi lain yang terkait dengan pembahasan penelitian.

Untuk mendukung kebutuhan analisis dalam penelitian ini, penulis memerlukan sejumlah data baik dari dalam maupun dari luar perusahaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis untuk menumpulkan data-data diperlukan terdiri dari:

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Pada tahap ini, penulis berusaha untuk memperoleh berbagai informasi sebanyak-banyaknya untuk dijadikan dasar teori dan acuan untuk mengolah data dengan cara membaca, mempelajari, dan menelaah dan mengkaji literature-literatur berupa buku-buku jurnal, makalah dan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini, sehingga penulis memperoleh landasan teori yang cukup untuk dipertanggungjawabkan analisis dan pembahasan masalah.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Pada tahap ini, penulis melakukan pengambilan data-data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan-perusahaan yang masuk ke dalam Jakarta Islamic Indeks (JII) periode 2013-2017 melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), kemudian melakukan penelaahan data-data dan informasi yang akan digunakan seperti laporan tahunan perusahaan, laporan keuangan tahunan, dan laporan hasil pemeringkatan perusahaan

berdasarkan upaya pengelolaan PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia periode 2013-2017.

1.4 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

1.4.1 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016:147) teknik analisis data adalah sebagai berikut:

“Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk hipotesis yang diajukan.”

Dalam penelitian ini, data variabel berdasarkan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Indeks (JII) periode 2013-2017. Dalam melakukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya yang nantinya akan digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.2 Analisis Deskriptif

Dalam analisis ini dilakukan pembahasan mengenai *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai moderasi. Menurut Sugiyono (2016:147) statistika deskriptif adalah sebagai berikut:

“Statistika deskriptif adalah statistika yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membentuk kesimpulan yang berlaku bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif yang terdiri dari rata-rata (*mean*), standar deviasi, minimum, dan maksimum. Umumnya statistik deskriptif digunakan oleh peneliti untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama dan data. Ukuran yang digunakan dalam deskripsi ini adalah perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Indeks (JII) periode 2013-2017.

1. *Islamic Social Reporting (ISR)*

Melihat penilaian atas *Islamic Social Reporting (ISR)* dilihat dari tabel kriteria penilaian dibawah ini. Berikut langkah-langkahnya:

- a. Menentukan laporan *Islamic Social Reporting (ISR)* pada perusahaan
- b. Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan dengan indikator *Islamic Social Reporting (ISR)* sebanyak 43 item
- c. Menentukan nilai indeks *Islamic Social Reporting (ISR)*
- d. Menentukan nilai rata-rata, maksimum dan minimum dari nilai indeks *Islamic Social Reporting (ISR)* pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index
- e. Kesimpulan

2. Profitabilitas

Melihat penilaian atas nilai perusahaan dapat dilihat dari kriteria penelitian ini. Berikut langkah-langkahnya:

- a. Menentukan laba bersih setelah pajak
- b. Menentukan total ekuitas

- c. Menentukan nilai rasio ROE (*Return On Equity*)
- d. Menentukan jumlah kriteria yang terdiri atas lima kriteria yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi
- e. Menentukan nilai maksimum dan minimum dari data hasil perhitungan nilai rasio ROE (*Return On Equity*)
- f. Menentukan *range* (jarak interval) =
$$\frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{5 \text{ Kriteria}}$$
- g. Membuat tabel frekuensi nilai perubahan untuk profitabilitas
- h. Kesimpulan

Tabel 3. 5Kriteria Penilaian Profitabilitas

Interval	Kriteria
<0,00	Sangat Rendah
0,01-33,3	Rendah
33,4-66,6	Sedang
66,7-100,00	Tinggi
>100,01	Sangat Tinggi

Sumber: Kasmir (2008:202)

3. Nilai Perusahaan

Melihat penilaian atas nilai perusahaan dapat dilihat dari kriteria penelitian ini. Berikut langkah-langkahnya:

- a. Menentukan EMV yaitu nilai pasar ekuitas (*closing price* x jumlah saham yang beredar)
- b. Menentukan total aset
- c. Menentukan nilai buku total hutang

- d. Menentukan nilai rasio Q dengan menjumlahkan nilai pasar ekuitas dengan total hutang dan dibagi dengan total aktiva
- e. Menentukan nilai rata-rata, maksimum dan minimum dari nilai rasio Q pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index
- f. Kesimpulan

1.4.3 Analisis Verifikatif

1.4.3.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memenuhi syarat analisis regresi linier, yaitu penaksir tidak bias dan terbaik atau sering disingkat BLUE (*Best Linear Unbias Estimate*). Beberapa asumsi yang harus terpenuhi agar kesimpulan dari hasil pengujian tidak bias diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinieritas (untuk regresi berganda), uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terikat pada setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Model regresi linier dalam asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan *Test Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS.

Ghozali (2011:160) menyatakan bahwa:

“Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai variabel bebas dan terikat berdistribusi normal”.

Menurut Santoso (2012:393) dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan melihat angka probabilitasnya yaitu:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah didalam model analisis regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2012:105).

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai angka *tolerance* mendakati 1, batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas (Gurjarati, 2012:432).

Menurut Santoso (2012:236) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{Tolerance} \quad \text{atau} \quad Tolerance = \frac{1}{VIF}$$

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2012:139) menyebutkan bahwa uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi

ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk menguji heteroskedastisitas salah satunya dengan melihat penyebaran dari varian pada grafik *scatterplot* pada output SPSS. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka nol, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan kebijakan waktu dalam model regresi atau dengan kata lain error dari observasi tahun berjalan dipengaruhi oleh error dari observasi tahun sebelumnya. Pada pengujian autokorelasi digunakan uji *Durbin-Watson*.

Untuk mengetahui apakah pada model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan *Durbin Watson* (DW). Menurut (Santoso, 2012:241) kriteria autokorelasi ada 3, yaitu:

- a. Nilai D- W dibawah -2 berarti diindikasikan ada autokorelasi positif.

- b. Nilai D- W diantara -2 sampai 2 berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi.
- c. Nilai D- W diatas 2 berarti diindikasikan ada autokorelasi negatif.

1.4.3.2 *Moderated Regression Analysis (MRA)*

Moderated Regression Analysis (MRA) digunakan untuk mengetahui apakah variabel moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Menurut Ghozali (2013:229) *Moderated Regression Analysis (MRA)* adalah pendekatan analitik yang mempertahankan integritas sampel dan memberikan dasar untuk mengontrol pengaruh variabel moderator.

Variabel perkalian antara pengungkapan ISR (X) dengan Profitabilitas (M) merupakan variabel moderating oleh karena menggambarkan pengaruh moderating Profitabilitas terhadap hubungan pengungkapan ISR terhadap Nilai Perusahaan (Y). Bentuk persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2Mi + b_3X_1.Mi + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi variabel

X_1 = *Islamic Social Reporting (ISR)*

Mi = Profitabilitas

e = error

Menurut Ghozali (2013:229), ketepatan fungsi regresi tersebut dapat menaksir nilai aktual dapat diukur dari *goodness of fit*-nya, yang secara statistik dapat diukur dari koefisien determinasi, nilai statistik F, dan nilai statistik t.

1.4.4 Analisis Korelasi

Mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dihitung dengan koefisien korelasi. Jenis korelasi hanya bisa digunakan pada hubungan variabel garis lurus (linier) adalah korelasi Pearson *Product Moment* (r).

Menurut Sugiyono (2016:228):

“Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut adalah sama”

Rumus korelasi *Pearson Product Moment* (r) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2][n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2]}}$$

(Sugiyono, 2016:228)

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi

X = Variabel independen

Y = Variabel dependen

n = Banyak sampel

Korelasi *Pearson Product Moment* (PPM) dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasi negative sempurna; $r = 0$ artinya ada korelasi; $r = 1$ berarti korelasi sangat kuat. Artinya r akan dikonsumsi dengan tabel interpretasi r pada tabel 3.7

Tabel 3. 6 Pedoman dalam Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 - 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Sedang
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

(Sugiyono, 2016:231)

1.4.5 Uji Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2016:93) yaitu:

“Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori-teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data”.

Uji hipotesis merupakan pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari perusahaan yang terkontrol maupun dari observasi tidak terkontrol. Dengan pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui relevansi antara variabel independen terhadap variabel dependen serta untuk mengetahui

kuat atau lemahnya pengaruh dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen dengan variabel moderasi.

1. Uji t-Tabel

Uji hipotesis penelitian dilakukan dengan uji signifikan *non-parameter* (uji statistik t) untuk mengetahui peranan variabel independen terhadap variabel dependen dengan variabel moderasi secara individual (parsial). Peranan variabel independen terhadap variabel dependen diuji dengan uji-t satu, taraf kepercayaan 95%. Kriteria pengambilan keputusan untuk melakukan penerimaan atau penolakan setiap hipotesis adalah dengan cara melihat signifikansi harga t_{hitung} setiap variabel independen dan variabel moderasi atau membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai yang ada t_{tabel} , maka H_a diterima dan sebaliknya t_{hitung} tidak signifikan dan berada dibawah t_{tabel} maka H_a ditolak.

Langkah-langkah dalam melakukan uji statistik t adalah sebagai berikut:

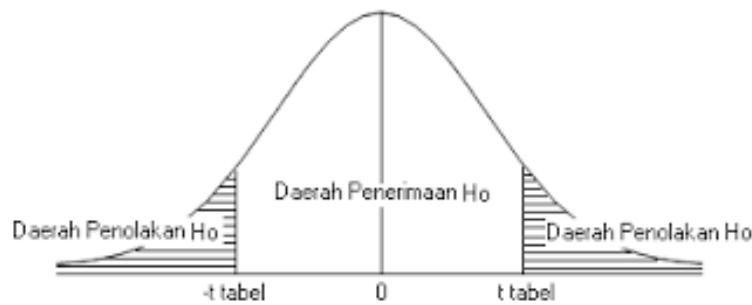
- a. Menentukan model keputusan dengan menggunakan statistik uji t, dengan melihat asumsi sebagai berikut:
 - Interval keyakinan $\alpha = 0,05$
 - Derajat kebebasan = $n-2$
 - Keputusan: Tolak H_0 (terima H_a), jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau

$$-t_{hitung} < -t_{tabel}$$

Terima H_0 (tolak H_a), jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau

$$-t_{hitung} > -t_{tabel}$$

Gambar 3. 2Uji T-tabel



Ho : $\beta_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR)
terhadap Nilai Perusahaan

Ho : $\beta_1 \neq 0$ Terdapat pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap
Nilai Perusahaan

Ho : $\beta_2 = 0$ Pofitabilitas tidak dapat memperkuat pengaruh *Islamic Social*
Reporting (ISR) terhadap nilai perusahaan

Ho : $\beta_2 \neq 0$ Pofitabilitas dapat memperkuat pengaruh *Islamic Social*
Reporting (ISR) terhadap nilai perusahaan

Jika Ho diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen dan variabel moderasi secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan. Sedangkan penolakan Ho menunjukkan pengaruh yang signifikan dari variabel independen dan variabel moderasi secara parsial terhadap suatu variabel dependen.

- b. Menemukan T_{hitung} dengan menggunakan statistik uji t, dengan rumus statistik:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

t = nilai uji

n = jumlah sampel

- c. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

Agar lebih memudahkan peneliti dalam melakukan pengolahan data, serta agar pengukuran data yang dihasilkan lebih akurat maka peneliti menggunakan bantuan program SPSS *for Statistic*:

2. Uji F test

Uji hipotesis berganda bertujuan untuk menguji apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Pengujian F_{ht} dapat dihitung dari formula sebagai berikut (Ariefianto, 2012:22):

$$F_{ht} = \frac{\frac{R^2}{K}}{\frac{(1-R^2)}{(n-k-1)}}$$

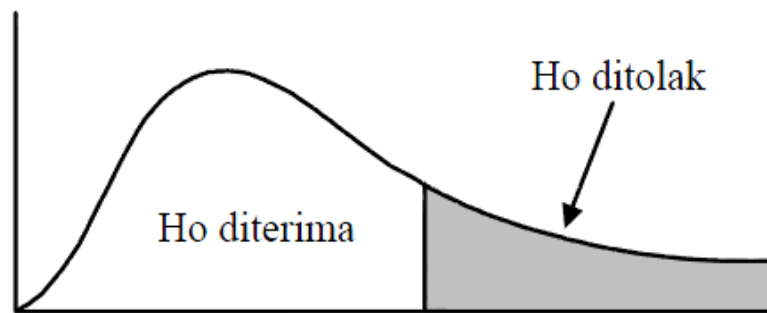
Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Gambar 3. 3Uji F-Test



Kriteria pengambilan keputusan:

- Ho ditolak jika $F_{\text{statistic}} < 0,05$ atau $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$
- Ho diterima jika $F_{\text{statistic}} > 0,05$ atau $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$

1.5 Koefisien Determinasi (r^2)

Setelah korelasi dihitung dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi. Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen dan variabel moderasi terhadap variabel dependen. Dalam penggunaannya, koefisien determinasi menurut Wiratma Sujarweni (2012:188) ini dinyatakan dalam rumus presentase (%) dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

K_d = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi yang dikuadratkan